

2021年中国餐饮外卖市场分析报告- 市场现状调查与投资战略研究

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2021年中国餐饮外卖市场分析报告-市场现状调查与投资战略研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/531263531263.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

餐饮外卖是为消费者提供食品下单、配送的服务。按照用餐时间划分，餐饮外卖可分为早餐、午餐、下午茶、晚餐、宵夜等。按照餐食类型划分，餐饮外卖可分为快餐小吃、西餐、地方菜、海鲜烧烤、日韩料理、香锅烤鱼、特色菜、火锅、东南亚菜等。

餐饮外卖分类 数据来源：公开资料整理

根据数据显示，2019年，我国餐饮外卖行业市场规模为6035亿元，较上年同比增长30.8%；2020年，我国餐饮外卖行业市场规模为7997亿元，较上年同比增长32.5%。

2015-2020年我国餐饮外卖行业市场规模及增速 数据来源：公开资料整理

一、优势分析

(1) 餐饮外卖通常实行满减折扣、分发红包等优惠规则刺激消费。其中分发红包这一优惠规则既有利于消费者，又有利于平台和餐饮外卖商户。消费者方面，获取红包可减少金额的支出；餐饮外卖商户方面，“红包玩法”可刺激消费者多次消费，从而提高线上门店营业额；餐饮外卖平台方面，分发红包可提高平台APP下载量和用户粘度。

餐饮外卖“红包玩法”的优势 数据来源：公开资料整理

(2) 目前餐饮外卖行业已经进入存量竞争阶段，餐饮外卖平台通过加强食品安全监管、提高配送效率等手段扩大自身市场。

餐饮外卖行业加强食品安全监管、提高配送效率案例分析

目标

餐饮外卖平台

案例

效果

加强食品安全监管

饿了么

饿了么与360公司联合打造“明厨亮灶”工程，将约1万台360鲁能摄像机免费安装至饿了么合作餐饮商户的后厨内，实时直播后厨卫生情况，消费者可通过移动端的云直播平台进行全程监督，同时可对后厨的卫生情况进行打分，分数较高的优质餐饮商户会获得来自饿了么的奖励。

这一举措使得出餐过程透明化，增加消费者对于餐品卫生安全的信心。

美团

美团向消费者推出外卖“安心签”，即在餐饮外包装上加封标签纸，消费者收到餐品后一旦发现封签损坏，可拒绝收餐。

这一举措杜绝了餐品被提前打开并受到污染的可能性，有力保障了餐饮外卖的食品安全。

提高配送效率

美团

早期美团进行人工派单，后采用配送员抢单模式，但由于抢单易出现配送员挑单情况，配送效率较低。当前，美团采用自动派单系统，利用大数据技术、人工智能等前沿技术对配送员位置、餐饮商家位置、消费者位置进行智能分析，自动生成配送时间最短的路线。

进一步提高了餐饮外卖的配送效率。

饿了么

饿了么已在逐步探索利用无人机技术进行外卖配送，2018年9月，中国第一批17条无人机即时配送航线获准开通，餐品可通过无人机被送至配送员处，再由该配送员完成最后一公里的配送。

该种方式的平均配送时间为20分钟，可减少50%的配送时间，每条航线每天可飞行3-4个架次，覆盖约58平方公里的配送面积服务近100余家餐饮商户数据来源：公开资料整理

二、劣势分析

(1) 近些年，餐饮外卖市场一直处于快速成长阶段，逐渐发展成为刚需业务。但目前餐饮外卖地区发展情况存在差异，在一二线城市中的渗透率达到40%，三四线城市渗透率仅为15%。

餐饮外卖行业地区渗透率 数据来源：公开资料整理

(2) 市场同质化严重，竞争激烈，导致用户跨平台门槛低，且对于餐饮外卖平台的忠诚度较低。如饿了么平台小于19岁的消费者人群数量占比为10.5%，美团平台占比为10.3%，仅相差0.2%。

饿了么、美团用户年龄分布对比 数据来源：公开资料整理

三、机遇分析

(1) 近年来，受网络普及率提高和消费习惯发生改变的影响，餐饮外卖需求增多。有56%的餐饮外卖消费者表示因为工作日休息时间有限而选择餐饮外卖，另外没有下厨意愿的餐饮外卖消费者占比达到55%。

餐饮外卖消费者点餐原因占比情况 数据来源：公开资料整理

根据数据显示，2018年，我国餐饮外卖行业消费者规模达到3.6亿人次，较上年同比增长16.1%；2019年，我国餐饮外卖行业消费者规模达到4.1亿人次，较上年同比增长13.9%。

2015-2019年我国餐饮外卖行业消费者规模及增速 数据来源：公开资料整理

(2) 在国家政策鼓励下，夜间经济蓬勃发展。夜间消费需求的快速增长带动餐饮外卖需求增长。根据数据显示，2019年，我国餐饮外卖消费者点餐类型中，晚餐和宵夜占比达到56%。

2019年我国餐饮外卖消费者点餐类型占比情况 数据来源：公开资料整理

四、威胁分析

(1) 食品安全威胁：由于门槛较低，餐饮外卖平台入驻商户不断增多。尽管商户需要经过资质审查后才可上线外卖服务，但平台上商户鱼龙混杂，难以实现全方面监管，导致食

品安全问题高发，从而影响餐饮外卖平台形象。

(2) 利润收紧威胁：餐饮外卖平台配送人力成本持续增长，但提高餐饮外卖价格又将面临用户更换平台风险，因而导致目前餐饮外卖平台利润持续收紧。

(3) 环保要求威胁：餐饮外卖使用的大量塑料餐盒、一次性筷子、塑料袋易造成“白色污染”，我国环保政策向餐饮外卖行业提出生态文明建设要求，餐饮外卖餐具从不可降解向可降解升级，导致行业运营成本上升。

威胁我国餐饮外卖行业发展的因素 数据来源：公开资料整理（zlj）

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2021年中国餐饮外卖市场分析报告-市场现状调查与投资战略研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国餐饮外卖行业发展概述

第一节 餐饮外卖行业发展情况概述

一、餐饮外卖行业相关定义

二、餐饮外卖行业基本情况介绍

三、餐饮外卖行业发展特点分析

四、餐饮外卖行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售模式

五、餐饮外卖行业需求主体分析

第二节 中国餐饮外卖行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、餐饮外卖行业产业链条分析

三、产业链运行机制

1、沟通协调机制

2、风险分配机制

3、竞争协调机制

四、中国餐饮外卖行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国餐饮外卖行业生命周期分析

一、餐饮外卖行业生命周期理论概述

二、餐饮外卖行业所属的生命周期分析

第四节 餐饮外卖行业经济指标分析

一、餐饮外卖行业的赢利性分析

二、餐饮外卖行业的经济周期分析

三、餐饮外卖行业附加值的提升空间分析

第五节 中国餐饮外卖行业进入壁垒分析

一、餐饮外卖行业资金壁垒分析

二、餐饮外卖行业技术壁垒分析

三、餐饮外卖行业人才壁垒分析

四、餐饮外卖行业品牌壁垒分析

五、餐饮外卖行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球餐饮外卖行业市场发展现状分析

第一节 全球餐饮外卖行业发展历程回顾

第二节 全球餐饮外卖行业市场区域分布情况

第三节 亚洲餐饮外卖行业地区市场分析

- 一、亚洲餐饮外卖行业市场现状分析
- 二、亚洲餐饮外卖行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲餐饮外卖行业市场前景分析
- 第四节 北美餐饮外卖行业地区市场分析
 - 一、北美餐饮外卖行业市场现状分析
 - 二、北美餐饮外卖行业市场规模与市场需求分析
 - 三、北美餐饮外卖行业市场前景分析
- 第五节 欧洲餐饮外卖行业地区市场分析
 - 一、欧洲餐饮外卖行业市场现状分析
 - 二、欧洲餐饮外卖行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧洲餐饮外卖行业市场前景分析
- 第六节 2021-2026年世界餐饮外卖行业分布走势预测
- 第七节 2021-2026年全球餐饮外卖行业市场规模预测

第三章 中国餐饮外卖产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品餐饮外卖总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国餐饮外卖行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国餐饮外卖产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

第四章 中国餐饮外卖行业运行情况

第一节 中国餐饮外卖行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国餐饮外卖行业市场规模分析

第三节 中国餐饮外卖行业供应情况分析

第四节 中国餐饮外卖行业需求情况分析

第五节 我国餐饮外卖行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

三、其它细分市场

第六节 中国餐饮外卖行业供需平衡分析

第七节 中国餐饮外卖行业发展趋势分析

第五章 中国餐饮外卖所属行业运行数据监测

第一节 中国餐饮外卖所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国餐饮外卖所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国餐饮外卖所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2017-2020年中国餐饮外卖市场格局分析

第一节 中国餐饮外卖行业竞争现状分析

一、中国餐饮外卖行业竞争情况分析

二、中国餐饮外卖行业主要品牌分析

第二节 中国餐饮外卖行业集中度分析

一、中国餐饮外卖行业市场集中度影响因素分析

二、中国餐饮外卖行业市场集中度分析

第三节 中国餐饮外卖行业存在的问题

第四节 中国餐饮外卖行业解决问题的策略分析

第五节 中国餐饮外卖行业钻石模型分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2017-2020年中国餐饮外卖行业需求特点与动态分析

第一节 中国餐饮外卖行业消费市场动态情况

第二节 中国餐饮外卖行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 餐饮外卖行业成本结构分析

第四节 餐饮外卖行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国餐饮外卖行业价格现状分析

第六节 中国餐饮外卖行业平均价格走势预测

一、中国餐饮外卖行业价格影响因素

二、中国餐饮外卖行业平均价格走势预测

三、中国餐饮外卖行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国餐饮外卖行业区域市场现状分析

第一节 中国餐饮外卖行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区餐饮外卖市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区餐饮外卖市场规模分析

四、华东地区餐饮外卖市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区餐饮外卖市场规模分析
- 四、华中地区餐饮外卖市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区餐饮外卖市场规模分析
- 四、华南地区餐饮外卖市场规模预测

第九章 2017-2020年中国餐饮外卖行业竞争情况

第一节 中国餐饮外卖行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 中国餐饮外卖行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

第三节 中国餐饮外卖行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 餐饮外卖行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国餐饮外卖行业发展前景分析与预测

第一节 中国餐饮外卖行业未来发展前景分析

一、餐饮外卖行业国内投资环境分析

二、中国餐饮外卖行业市场机会分析

三、中国餐饮外卖行业投资增速预测

第二节 中国餐饮外卖行业未来发展趋势预测

第三节 中国餐饮外卖行业市场发展预测

一、中国餐饮外卖行业市场规模预测

二、中国餐饮外卖行业市场规模增速预测

三、中国餐饮外卖行业产值规模预测

四、中国餐饮外卖行业产值增速预测

五、中国餐饮外卖行业供需情况预测

第四节 中国餐饮外卖行业盈利走势预测

一、中国餐饮外卖行业毛利润同比增速预测

二、中国餐饮外卖行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国餐饮外卖行业投资风险与营销分析

第一节 餐饮外卖行业投资风险分析

一、餐饮外卖行业政策风险分析

二、餐饮外卖行业技术风险分析

三、餐饮外卖行业竞争风险分析

四、餐饮外卖行业其他风险分析

第二节 餐饮外卖行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国餐饮外卖行业发展战略及规划建议

第一节 中国餐饮外卖行业品牌战略分析

一、餐饮外卖企业品牌的重要性

二、餐饮外卖企业实施品牌战略的意义

三、餐饮外卖企业品牌的现状分析

四、餐饮外卖企业的品牌战略

五、餐饮外卖品牌战略管理的策略

第二节 中国餐饮外卖行业市场重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国餐饮外卖行业战略综合规划分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第四节 餐饮外卖行业竞争力提升策略

一、餐饮外卖行业产品差异性策略

二、餐饮外卖行业个性化服务策略

三、餐饮外卖行业的促销宣传策略

四、餐饮外卖行业信息智能化策略

五、餐饮外卖行业品牌化建设策略

六、餐饮外卖行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国餐饮外卖行业发展策略及投资建议

第一节 中国餐饮外卖行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国餐饮外卖行业营销渠道策略

一、餐饮外卖行业渠道选择策略

二、餐饮外卖行业营销策略

第三节 中国餐饮外卖行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国餐饮外卖行业重点投资区域分析

二、中国餐饮外卖行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/531263531263.html>